



**Gemeente
Rotterdam**

Onderwerp: Toerismevisie

Postadres: Postbus 70012
3000 KP Rotterdam

Website: www.rotterdam.nl

Cluster: Stadsontwikkeling

Portefeuille: Haven, Economie, Horeca, Bestuur
(wijken en kleine kernen)

Portefeuillehouder: Robert Simons

Van: M.P.J. Suijker

Telefoon: 14 010

E-mail: bbo@rotterdam.nl

Uw kenmerk: 24bb000799

Ons kenmerk: M2402-2077 25bo006019

Datum: B&W 24 juni 2025

Aan de gemeenteraad

ontvangen 1 juli 2025

Op welke gronden deze brief?/ Waarom nu voorgelegd?

In uw vergadering van 7 februari 2024 is toegezegd de toerismevisie te actualiseren (kenmerk 24bb000799). Dit naar aanleiding van het debat over het sluiten van de Rotterdam Tourist Information op de Coolsingel, als één van de gevolgen van de bezuinigingen bij en door Rotterdam Partners. In het debat werden zorgen geuit over een gastvrije ontvangst van en de informatievoorziening aan de bezoeker in het bijzonder. In het tussenbericht d.d. 17 mei 2024 (24bb005056) is aangegeven dat de toerismevisie alleen op het onderdeel gastvrijheid wordt geactualiseerd, omdat de uitgangspunten van de visie 2020 - 2030 nog steeds actueel zijn. De actualisatie is afgestemd met Rotterdam Partners en Platform Gastvrij Rotterdam waarin vertegenwoordigers uit de Rotterdamse gastvrijheidssector zitting hebben. Daarnaast zijn ondernemers uit de toeristische sector geïnterviewd en zijn hun quotes opgenomen in de visie. Verder is de visie opnieuw vormgegeven.

Met deze brief stellen wij u voor om deze toezegging af te doen.

Relatie met het coalitieakkoord/collegewerkprogramma/eerder aangenomen moties en gedane toezeggingen:

De geactualiseerde visie is in lijn met het coalitieakkoord 2022-2026. In het coalitieakkoord wordt gesteld dat toerisme goed is voor onze economie en dat wordt ingezet op het aantrekken van meer, en een meer divers type, toeristen en spreiding. Ondernemers en bewoners in het centrum en in gebieden daarbuiten, waaronder Zuid, moeten hier de vruchten van kunnen plukken.

Toelichting:

De discussie over de bezuinigingen op de Rotterdam Tourist Information vormde de aanleiding, maar het is ook een mooi moment voor een actualisatie omdat we halverwege zijn met de Visie Toerisme 'Te gast in Rotterdam' (2020-2030). De eerste resultaten van de maatregelen uit de Visie toerisme zijn behaald. Zo is het nieuwe hotelbeleid vastgesteld en in uitvoering en zijn circa 15 hotels gestart met concrete stappen naar verduurzaming in het Programma Hotel Neutraal.



Er is walstroom gerealiseerd voor zeecruiseschepen en er is een nieuw reserveringssysteem opgezet voor het aanmeren van riviercruises. In verschillende wijken zijn initiatieven gestart die bijdragen aan de identiteit én de aantrekkingskracht van de buurt. Ook in het centrum is gewerkt aan een gastvrije ontvangst: met vernieuwde voetgangersbewegwijzering en toeristische stadsplattegronden in het centrum en in parkeergarages. Tot slot hebben we samen met ondernemers gewerkt aan het verbeteren van de toegankelijkheid voor bezoekers met een (fysieke) beperking – door locaties te schouwen, ervaringen te delen en bewustwording te vergroten.

Visie op gastvrijheid

In de Visie Toerisme 2020 kreeg gastvrijheid al een belangrijke plek als een van de veertien handelingsperspectieven: 'Gastvrije stad, nu en in de toekomst'. Dat handelingsperspectief blijft belangrijk, maar we kijken wél anders naar de uitvoering. De manier waarop bezoekers informatie zoeken en de stad ervaren verandert snel – ze oriënteren zich online, vinden hun weg met hun mobiele telefoon en verwachten snelle, goede service. Daarom investeren we ook in digitale oplossingen. Een hybride aanpak – digitaal waar het kan, persoonlijk waar het moet – biedt kansen. Tegelijkertijd is het belangrijk dat deze informatievoorziening inclusief is: toegankelijk voor alle bezoekers, ook voor mensen met een beperking. Door als sector samen te werken, kunnen we een sterk netwerk vormen dat bezoekers gastvrij ontvangt, informeert en inspireert.

Aanpak

De actualisatie richt zich op twee belangrijke trends in de gastvrijheidsbeleving van bezoekers: digitalisering en de behoefte aan directe informatie 'on the spot'. Wij richten ons dus op twee stadia van de klantreis waar wij bezoekers een goede gastvrijheidsbeleving willen geven:

Vóór aankomst: van aantrekken naar (digitaal) gidsen van bezoekers

- Om concurrerend te blijven moeten we inspelen op de behoefte van de steeds meer digitaal georiënteerde bezoeker en is het belangrijk om als Rotterdam zichtbaar en onderscheidend te zijn op internet en social media. Dat doen we door de bezoekers te activeren nog voordat ze in de stad zijn om belevingen te ervaren en ze te inspireren om echt de stad te bezoeken.
- Bezoekers maken meer en meer gebruik van diverse digitale kanalen om zich voor te bereiden, te laten inspireren en informeren. Daarom zorgen we ervoor dat informatie over Rotterdam vindbaar is op deze digitale kanalen, maar ook op websites en platforms van derden die passen bij de doelgroep en identiteit. Een toekomstgerichte gastvrijheidsaanpak kan worden versterkt door een combinatie van digitalisering en menselijke interactie. Het platform Rotterdam.info speelt hierin een cruciale rol, omdat het vaak het eerste (of een van de eerste) contactmoment is in de gastvrijheidsbeleving van onze bezoekers.
- In de toerismevisie is de keuze gemaakt voor een toekomstbestendige ontwikkeling van toerisme: we richten ons op bezoekers die geïnteresseerd zijn in de identiteit en de verhalen van Rotterdam, het innovatieve karakter en de diversiteit van haar inwoners. Dit is ook vertaald in de merkstrategie van Rotterdam Partners waarbij de nadruk ligt op het onder de aandacht brengen van de parels en plekken die horen bij de unieke identiteit van Rotterdam en bijdragen aan spreiding van bezoekers over de stad. Dit gebeurt met campagnes en via diverse (digitale) communicatiekanalen, internationale persbewerking en printmedia. Dit betekent ook dat we ons inzetten voor toeristische initiatieven en voorzieningen die de identiteit versterken en voor de stad van meerwaarde zijn.



We geven daarbij de voorkeur aan locaties buiten het centrum om daarmee spreiding van bezoekers te bevorderen.

Eenmaal in de stad: leiden en verleiden van bezoekers

Wanneer de bezoekers de stad eenmaal aandoen, moeten we ervoor zorgen dat de door ons beloofde ervaring daadwerkelijk beleefd kan worden. Dat doen we door de informatievoorziening meer naar de bezoeker te brengen en de bezoeker niet zelf op zoek hoeft in de stad naar informatie. De 'klantcontactmomenten' in bijvoorbeeld de hotels zien wij als een kans om de toerist op ideeën te brengen en bijzondere plekken onder de aandacht te krijgen. Het is voor ondernemers ook een kans om de servicegraad te verhogen. En daarnaast biedt het een mogelijkheid om de bezoekersstroom meer te sturen en te spreiden, waardoor meer Rotterdammers en ondernemers kunnen profiteren van toerisme.

Maatregelen gastvrijheid

Zoals in de visie van 2020 al wordt gesteld, is toerisme een sector in ontwikkeling en beweging waardoor maatregelen en samenwerkingspartners bijkomen of veranderen. Zo ook in de geactualiseerde visie 2025 waarin bestaande en aanvullende acties zijn opgenomen om de gastvrijheid in Rotterdam te stimuleren.

Lopende acties:

- Aangezien digitale kanalen steeds belangrijker zijn in het zoekgedrag van onze bezoekers (zowel in de oriëntatiefase als wanneer ze in de stad zijn) wordt hier vol op ingezet. Met digitaal vindbare en toegankelijke top-10 lijstjes met lokale tips, de leukste to do's, inspirerende foto's mét duidelijk genoemde locaties, links en direct te kopen tickets realiseren we impact voor onze ondernemers en realiseren we spreiding in de stad.
- Specifiek voor een gastvrije ontvangst van onze zakelijke bezoekers is er de Visitors Guide. Zakelijke bezoekers krijgen zo op een inspirerende manier middels een digitaal magazine de beste tips om een echte Rotterdam ervaring te hebben tijdens hun verblijf in Rotterdam.
- Om ervoor te zorgen dat gasten tijdens hun bezoek ook nog fysieke punten kunnen benaderen voor informatie en inspiratie, zijn er Rotterdam Tourist Information-locaties op het Centraal Station (CS), in het Port Pavilion en in Hoek van Holland. De locatie op CS trekt de meeste bezoekers, doordat hier de meeste bezoekers in de stad arriveren. Deze locatie is ook strategisch gelegen omdat wij een bezoek aan Rotterdam met de trein bevorderen. Daarnaast worden bezoekers op pop-up locaties via de infobike en mobiele container van Rotterdam Partners voorzien van informatie en inspiratie over de stad.
- Voetgangersbewegwijzering en toeristische stadsplattegronden in het centrum en parkeergarages zijn vernieuwd en voorzien van een QR-code die linkt naar de website van Rotterdam.info.
- Een gastvrije ontvangst van bezoekers met een beperking wordt gestimuleerd. In samenwerking met het programma Rotterdam Onbeperkt en het Platform Gastvrij Rotterdam is een checklist Toegankelijkheid ontwikkeld voor Toerisme en Horeca, worden schouwen uitgevoerd door ervaringsdeskundigen bij horecaondernemers en winkeliers die leiden tot concrete adviezen om de (fysieke) toegankelijkheid te verbeteren.
- Lokale ondernemers bieden zelf ook informatie aan toeristen. Een voorbeeld is platform Rotterdam Centrum met hun website Rotterdamcentrum.nl. Ondernemers



die dat willen worden door Rotterdam Partners bevoorraad met de nodige toeristische informatiemiddelen.

Aanvullende acties:

- Om de bezoekers beter wegwijs te maken in de stad is recent de digitale Rotterdam City Card gelanceerd door Rotterdam Partners. Deze city card is in beheer van Rotterdam Partners en zij zijn ook verantwoordelijk voor de doorontwikkeling. Deze city card wordt hét instrument om bezoekers te inspireren en te activeren om Rotterdam op zijn best te ervaren. De city card geeft de mogelijkheid om nieuwe, innovatieve, bijzondere plekken 'in de etalage' te zetten en daarmee specifieke doelgroepen te interesseren. Door de koppeling aan het openbaar vervoer (RET) gaat de city card tevens bijdragen aan het stimuleren van het gebruik van duurzaam vervoer door bezoekers. En krijgen we door de gebruiksdata van de city card ook meer inzicht in wie de stad bezoekt en wat ze doen. Dit draagt bij aan meer maatwerk in marketing en het meetbaar maken van de doelstellingen.
- We willen ook toeristische stadsplattegronden op P+R terreinen gaan plaatsen.
- Naast advisering wil het Platform Gastvrij Rotterdam met gemeente en Rotterdam Partners samenwerken in de ontwikkeling en uitvoering van projecten die gastvrijheid bevorderen. Een drietal initiatieven is recent gepresenteerd aan de gemeente: het ontwikkelen van een checklist met praktische tips voor ondernemers hoe gastvrijheid kan worden verbeterd, het opzetten van een ambassadeursprogramma en een data-gedreven aanpak om kennis te delen en ontwikkelingen te monitoren. In 2025 worden deze initiatieven verder uitgewerkt.

Met een combinatie van investeringen in (digitale) dienstverlening, drie fysieke vestigingen van Rotterdam Tourist Information en het intensiveren van de samenwerking in de gastvrijheidssector maken we Rotterdam niet alleen gastvrij, maar ook toekomstbestendig.

Ook op fiscaal gebied houden we Rotterdam aantrekkelijk en gastvrij voor toeristen door het hanteren van een vast tarief logiesbelasting gedurende deze collegeperiode. Deze financiële stabiliteit biedt ondernemers en bezoekers duidelijkheid.

Monitoren

Om de ontwikkeling van gastvrijheid te volgen worden indicatoren opgesteld in samenspraak met Rotterdam Partners en het Platform Gastvrij Rotterdam. Bijvoorbeeld over de gastvrijheidsbeleving door de bezoeker, maar ook over de houding van bewoners ten opzichte van de stad en het toerisme. Vooruitlopend op dit voornemen zijn vorig jaar al vragen meegenomen in de Omnibusenquête: 69% van de inwoners is trots op de stad Rotterdam. Dit percentage is in vergelijking met voorgaande jaren redelijk stabiel. Opvallend is de stijging van het percentage Rotterdammers dat het leuk vindt om aan niet-Rotterdammers te vertellen dat men in Rotterdam woont: in 2024 is 74% het (helemaal) eens met deze stelling, tegenover 69% in 2023. Ook vinden veel bewoners Rotterdam een leuke stad om te bezoeken (92%). In 2024 is voor het eerst gevraagd hoe men in het algemeen tegenover toerisme in Rotterdam staat. De meerderheid van de Rotterdammers (70%) staat hier (zeer) positief tegenover. En 79% is het eens met de stelling dat Rotterdam een gastvrije stad is. Kortom, een mooie basis om op voort te bouwen.



Voorstel afdoening

Met het beschrijven van het plan van aanpak op gastvrijheid en de daaruit voortvloeiende maatregelen op te nemen in de geactualiseerde Visie Toerisme 'Te Gast in Rotterdam' (2025-2030), stellen wij u voor om de toezegging (24bb000799) af te doen.

Financiële en juridische consequenties/aspecten:

N.v.t.

Burgemeester en wethouders van Rotterdam,

De secretaris,

G.J.D. Wigmans

De burgemeester,

C.J. Schouten